

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. SNS DI DALAM ILMU KOMUNIKASI

Manusia telah menemukan cara untuk merevolusi komunikasi sehingga dapat menjadi lebih siap untuk kebutuhan kita yang selalu berubah. Berawal dari masa ketika orang menggunakan lukisan gua Neanderthal atau hanya cerita cerita yang diucapkan untuk pengembangan layanan pos, sinyal asap, dan naskah tulisan tangan yang disampaikan oleh merpati pos, manusia telah melalui evolusi pola komunikasi.¹

Komunikasi masih terus berubah sampai hari ini meskipun kita telah melihat perubahan tren yang sangat besar dalam beberapa dekade terakhir termasuk komunikasi yang cepat, mudah, dan instan. Perubahan komunikasi mempengaruhi banyak faktor termasuk panjangnya pesan, waktu pengiriman, dan tingkat respons.² Edisi terbaru untuk evolusi komunikasi di abad ke-21: media baru atau New Media. New Media digambarkan sebagai "... semua hal yang berkaitan dengan internet dan interaksi antara teknologi, gambar dan suara" (Socha & Eber-Schmid, 2014). Media baru termasuk Media Sosial yang merupakan jaringan virtual yang memungkinkan interaksi dan komunikasi berbasis komunitas.³

Peningkatan *Mobile Messaging* (MM) (atau *IM-Instant Messaging*) melalui situs pesan media sosial beberapa tahun ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal

¹Ali Muhammad & Kootbodien Ammaarah "The Effectiveness of WhatsApps as an Interpersonal Communication Medium among Abu Dhabi University Students" International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC). Edisi 3, 2017, hal 1.

²Ibid.. hal 1

³Ibid..hal 1

ini telah menimbulkan banyak penelitian tentang tren ini dan efeknya pada semua penggunanya. Menurut situs pemasaran Digital eMarketer.com, melaporkan perkiraan menunjukkan bahwa pada tahun 2018 akan ada dua miliar pengguna mobile messenger (MM) yang mewakili 80% dari pengguna ponsel cerdas.⁴ Perubahan dramatis dalam komunikasi ini memiliki dampak yang signifikan pada semua individu karena telah mengubah standar pesan yang mudah diterima oleh semua kalangan. Apakah itu komunikasi tatap muka, panggilan telepon, email, pesan teks, atau tweet ke orang lain, interaksi ini memengaruhi cara orang berkomunikasi. Di zaman sekarang ini, WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan terkemuka secara global setelah mereka mencapai target 1 miliar orang di basis pengguna mereka terutama di kalangan orang dewasa muda.⁵

Saat ini sedang terjadi perdebatan yang kuat tentang dampak sosial dari komunikasi yang dimedia oleh computer secara umum dan penggunaan situs jejaring sosial (SNS) pada khususnya. Alasan penting dalam perdebatan ini adalah bahwa tidak ada penelitian yang membandingkan non pengguna dengan pengguna SNS. Penelitian longitudinal mencakup bagian yang lebih luas dari populasi juga kurang di bidang ini. Dengan tidak adanya temuan penelitian untuk dilaporkan, media dipaksa untuk melaporkan bukti anekdot, yang memicu 'jejaring antisosial' yang mengklaim mengenai implikasi sosial negatif dari SNS.⁶

Biaya yang tinggi untuk menggunakan SNS juga diasumsikan oleh beberapa akademisi menjadi penyebab berkurangnya keterlibatan sosial, berkurangnya interaksi tatap muka, dan peningkatan kesepian atau isolasi. Relevansi masalah ini dijelaskan dalam

⁴<http://www.emarketer.com/Article/Mobile-Messaging-Reach-14-Billion-Worldwide-2015/1013215>

⁵Sutikno, Handayani, Stiawan, Riyadi, & Subroto "WhatsApp, Viber and Telegram: which is the Best for Instant Messaging?". International Journal of Electrical and Computer Engineering (IJECE). Edisi 6. Juni 2016 hal 909.

⁶Brandtzaeg Petter "Sosial Networking Sites: Their Users and SosialImplications — A Longitudinal Study". Journal of Computer-Mediated Communication · Agustus 2012. Hal 467.

buku terbaru Turkle yang terbit pada tahun 2011 dengan judul *Alone Together*, yang menyimpulkan bahwa preferensi sosial kita berkembang untuk memasukkan, dan dalam beberapa kasus mendukung teknologi lebih penting daripada orang-orang. Seperti yang dikatakan oleh Kraut et al. (1998, hal. 1017): “ Apakah Internet meningkat kan atau menurunkan keterlibatan sosial dapat memiliki konsekuensi yang sangat besar bagi masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. “

Mengingat hal tersebut, pemahan cepat dalam penggunaan SNS memunculkan pertanyaan penting tentang implikasi sosial dari penggunaannya. Namun, masyarakat dapat menggunakan SNS dalam beberapa cara berbeda seperti cara mengakses informasi, berdebat, bersosialisasi, atau untuk hiburan. Oleh karena itu, penggunaan situs tersebut berbeda dari orang ke orang, dan pola penggunaannya yang berbeda mungkin akan memiliki implikasi sosial yang berbeda. Identifikasi penggunaan SNS telah sejauh ini bergantung pada interaksi pengguna pada SNS tertentu (mis. MySpace, Flickr, You Tube, Twitter, LinkedIn, atau Facebook), atau pada pengukuran dasar dan pemahaman tentang penggunaan dalam hal ukuran frekuensi yang sering menggunakan hanya dua hasil yang mungkin (mis., penggunaan berat atau penggunaan rendah). Dengan hanya melihat satu SNS pada suatu waktu, kita mungkin kehilangan fakta penting bahwa penggunaan SNS melibatkan pola sistematis di mana hal ini SNS yang sama dapat digunakan untuk tujuan yang berbeda, dan SNS yang berbeda dapat digunakan untuk tujuan yang sama.⁷

B. Teori Uses and Gratification Approach

⁷Ibid..hal 467

Teori penggunaan dan kepuasan atau teori *use and gratification theory* disebut-sebut sebagai salah satu teori paling populer dalam bidang komunikasi massa. Teori ini menjelaskan bahwa perbedaan individu satu dengan lainnya menyebabkan audiensi mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda antara individu audiensi. Teori ini memfokuskan pada perhatian audiensi sebagai konsumen media massa, bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Disini audiensi dinilai mampu memilih media apa yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Ada beberapa asumsi yang menjadi gagasan mengenai inti dari teori penggunaan dan kepuasan yang diungkapkan oleh Katz, Blumler, Gurevitch (1974) yang telah mengembangkan teori ini. Mereka menyatakan ada lima asumsi dasar teori penggunaan dan kepuasan :

1. Audiensi aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.

Dalam teori ini audiensi dianggap sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu pun tidak lah sama. Tingkat keaktifan mereka tergantung dari kebutuhan dan juga tujuan dari penggunaan media itu sendiri. Konsumen disini hanya mengacu pada target dan tujuan yang mereka inginkan. McQuail dan rekan (1972) mengemukakan ada empat alasan mengapa audiensi menggunakan media yaitu :

1) Pengalihan (diversion) , melarikan diri dari rutinitas sehari-hari.

Mereka yang telah lelah melakukan pekerjaan seharian penuh memerlukan media untuk mengalihkan perhatian mereka dari rutinitas.

2) Hubungan personal, media digunakan oleh individu sebagai pengganti teman.

3) Identitas personal, sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu. Contohnya , banyak mahasiswa yang bisa mengerjakan tugas dengan ditemani oleh alunan music atau mendengarkan siaran radio.

4) Pengawasan, media digunakan individu untuk mendapatkan informasi. Misalnya saat kita dapat mendengarkan ceramah rohani di tv, kita bisa mendapat ilmu dan menambah wawasan kerohanian melalui televise saat itu.

2. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan audiensi.

Asumsi ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan kepuasan mereka saat memilih media mana yang akan menjadi kebutuhan mereka. Disini audiensi atau konsumen sifatnya sangat aktif sehingga audiensi mampu mengambil sebuah inisiatif. Mereka bisa menemukan dan menentukan pilihan saat menggunakan media. Seperti ini contohnya, kita ingin mendaptkan hiburan berupa komedi dan kita tertawa karena kita menyukainya. Begitu pula dengan cara audiensi memilih acara yang ada di televise. Mereka akan memilih

acara apa yang mereka suka dan yang mereka butuhkan. S. Finn (1992) menyatakan, bahwa motif seseorang menggunakan media dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu pengguna proaktif dan pengguna pasif. Pengguna proaktif disini memilih menggunakan media berdasarkan apa yang mereka inginkan, seperti menonton komedi, mereka menginginkan untuk tertawa, sehingga mereka memilih menonton komedi untuk mendapatkan kesenangan. Lalu untuk pengguna pasif mereka memilih untuk apa adanya, mereka memilih media bukan karena keinginan mereka atau dengan motif ingin apa, tapi karena mereka hanya ingin menikmati media.

3. Media bersaing dengan sumber kepuasan media lain, media dan audiensi tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan audiensi dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian, dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.
4. Audiensi sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif dan penggunaan media, maksudnya disini adalah audiensi sadar betul mengenai motif dan alasan mereka memilih media yang mereka gunakan dan mereka manfaatkan.
5. Penilaian isi media ditentukan oleh audiensi. Teori ini menjelaskan mengenai isi media hanya mampu dinilai oleh audiensi. Adakalanya isi

media televisi yang tidak bermutu, namun ada sebagian audiensi menganggap itu penting dan bermanfaat untuknya.

Teori U&G tidak disukai oleh beberapa sarjana komunikasi massa selama beberapa dekade, tetapi kemunculan teknologi telekomunikasi mungkin telah bangkit kembali dari dormansi. Deregulasi industri komunikasi dan Konvergensi media massa dan teknologi digital telah mengubah pola eksposur banyak konsumen media. Algoritme kompresi yang ditingkatkan sekarang memungkinkan untuk kompresi data video untuk transmisi online melalui kabel tembaga telepon, koaksial, kabel serat optik, dan dengan teknologi siaran satelit, seluler, dan nirkabel.⁸

Karena teknologi baru menghadirkan pilihan media yang semakin banyak, motivasi dan kepuasan menjadi komponen yang lebih penting dalam analisis audiens. Tidak mengherankan, para peneliti sibuk menerapkan teori U&G ke berbagai teknologi media video yang baru dipopulerkan. Misalnya, Donohew, Palmgreen, dan Rayburn mengeksplorasi bagaimana kebutuhan aktivasi berinteraksi dengan faktor sosial dan psikologis untuk mempengaruhi U&G media yang dicari oleh pemirsa televisi kabel. Mereka mengidentifikasi empat jenis gaya hidup yang anggotanya berbeda secara signifikan pada berbagai variabel, termasuk pembaca surat kabar dan majalah berita serta kepuasan yang dicari dari televisi kabel. Mereka menemukan bahwa individu dengan kebutuhan aktivasi yang tinggi memiliki gaya hidup yang melibatkan eksposur yang lebih besar ke sumber media informasi urusan publik daripada individu dengan kebutuhan aktivasi yang lebih rendah dan gaya hidup yang kurang kosmopolitan. LaRose dan

⁸Reggiero Thomas. *"Uses and Gratifications Theory in the 21st Century"*. Mass Communication & Society. 2003. Hal 12

Atkin(1991) juga memeriksa langganan kabel di rumah tangga A.S., termasuk faktor-faktor yang menyebabkan langganan awal dan retensi langganan. Walker dan Bellamy (1991) mengaitkan perangkat remote control televisi dengan minat penonton terhadap jenis konten program. Lin (1993) melakukan penelitian untuk menentukan apakah kepuasan VCR, penggunaan VCR, dan komunikasi interpersonal tentang VCR terkait dengan tiga fungsi: hiburan rumah, perpindahan, dan utilitas sosial. James, Wotring, dan Forrest (1995) menyelidiki adopsi dan isu-isu dampak sosial yang dimiliki oleh pengguna papan buletin karakteristik dan penggunaan howboard mempengaruhi media komunikasi lainnya.

Jacobs (1995) meneliti hubungan antara sosiodemografi dan kepuasan dengan mempelajari determinan dari kepuasan menonton televisi kabel. Jacobs mengidentifikasi anteseden dalam studi yang mencakup atribut kinerja, frekuensi panggilan keluhan, dan karakteristik sistem kabel. Funk dan Buchman (1996) mengeksplorasi efek komputer dan video game pada persepsi diri remaja. Perse dan Dunn (1998) meneliti penggunaan komputer di rumah, dan bagaimana kepemilikan CD-ROM dan kemampuan Internet dihubungkan dengan utilitas komputer.⁹

C. Media komunikasi baru

Masing-masing akademisi ini mempertanyakan apakah media telekomunikasi baru digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang sama dengan yang mereka miliki dengan media komunikasi tradisional (Williams, Phillips, & Lum, 1985). Misalnya, aspek parasosial dari menonton sinetron televisi mungkin akan segera pucat dibandingkan dengan

⁹Ibid.. hal 12

kemungkinan hubungan interaktif yang ditawarkan oleh ruang obrolan elektronik dan domain multipengguna. Para peneliti sekarang ditantang untuk "memecahkan kode penggunaan dan kepuasan dari pengalaman komunikasi semacam itu".¹⁰

Minat yang meningkat oleh para sarjana Telekomunikasi dalam khalayak daring mungkin menjadi sangat intens karena penyusunan bentuk media baru ini: media interaktif mengaburkan garis antara pengirim dan penerima pesan yang dimediasi (Singer, 1998). Lebih jauh lagi, media baru seperti Internet memiliki setidaknya tiga atribut data yang umumnya tidak terkait dengan media tradisional: *interaktivitas*, *demassifikasi*, dan *asynchroneity*.¹¹

1) Interaktivitas

Interaktivitas secara signifikan memperkuat gagasan inti U&G pengguna aktif karena telah didefinisikan sebagai "sejauh mana peserta dalam proses komunikasi memiliki kendali atas, dan dapat bertukar peran dalam wacana bersama mereka".¹² Literatur komunikasi mencerminkan enam dimensi interaktivitas yang berorientasi pengguna yang harus berguna untuk pendekatan U&G: ancaman, manfaat, kemampuan bersosialisasi, isolasi, keterlibatan, dan ketidaknyamanan. Selain itu, Ha dan James¹³ mengutip lima dimensi interaksi: kesenangan, pilihan, keterhubungan, pengumpulan informasi, dan

¹⁰Lin, C.A. "Looking Back : The Contribution of Blumler and Katz's uses and mass communication to communication research. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 1996. Hal 578.

¹¹ Thomas, Op.Cit., hal 13

¹² Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M. "Research methods and the new media." New York : Free Press. 1988. Hal..10.

¹³Ha, L., & James, E. L "Interactivity reexamined: A baseline analysis of early business Web sites". Journal of Broadcasting & Electronic Media. 1998. Hal 457

komunikasi timbal balik. Haand James menyarankan bahwa untuk "memanjakan diri sendiri" dan "penjelajah Web," dimensi main-main dan pilihan interaktivitas memenuhi kebutuhan komunikasi diri dan hiburan. Untuk pengguna yang berorientasi pada tugas, dimensi keterhubungan memenuhi kebutuhan informasi. Untuk pengguna ekspresif, pengumpulan informasi dan dimensi komunikasi timbal balik memungkinkan mereka untuk memulai komunikasi dengan orang lain yang memiliki minat online yang sama.

Ha dan James menilai dimensi seperti pengumpulan informasi dan komunikasi resiprokal sebagai tingkat interaktivitas yang lebih tinggi. Kegembiraan, pilihan, dan keterhubungan dipandang sebagai tingkat interaktivitas yang lebih rendah. Heeter juga mendefinisikan interaktivitas sebagai konsep multidimensi¹⁴: jumlah pilihan yang diberikan kepada pengguna, jumlah upaya pengguna harus berusaha untuk mengakses informasi, seberapa aktif responsif media bagi pengguna, potensi untuk memantau penggunaan sistem, sejauh mana pengguna dapat menambahkan informasi ke sistem yang dapat diakses oleh khalayak massa yang tidak berbeda, dan sejauh mana sistem media memfasilitasi interpersonal.

Dengan demikian, keuntungan nyata dari interaktivitas untuk pengguna individu tidak hanya video multi-media, belanja online, atau mendapatkan informasi sesuai permintaan. Seperti halnya spreadsheet Leo 1-2-3 yang memungkinkan pengguna membuat rencana dan model bisnis mereka sendiri, interaktivitas dapat menawarkan kepada pengguna sarana untuk mengembangkan sarana komunikasi baru dan sangat meningkatkan aktivitas pengguna. Bagaimanapun, interaktivitas bukan hanya kemampuan

¹⁴Heeter, C. *"Implication of New Interactive Technologies for conceptualizing communication"*. 1989.

untuk memilih dari berbagai barang dagangan Internet atau "menjelajahi" 500 atau lebih saluran televisi. Ahli teknologi seperti Nelson (1990) berpendapat bahwa aktivitas manusia-komputer merepresentasikan dorongan manusia untuk menciptakan representasi interaktif. Dutton, Rogers, dan Jun (1987) menyarankan bahwa interaktivitas menampilkan "derajat di mana sistem komunikasi baru mampu merespons pengguna perintah" ¹⁵. Namun, interaktivitas, setidaknya di Internet dengan teknologi saat ini, menimbulkan beberapa batasan praktis yang serius bagi pengguna. Kemampuan untuk mengakses informasi dibatasi pada tiga cara: memasukkan alamat lokasi yang sudah diketahui oleh pengguna, menggulir melalui satu dokumen, dan mengikuti tautan hypertext. Kelemahan yang lebih serius untuk interaktivitas terus ada. Lebih sering lagi, pencarian Web menggunakan kata kunci atau tautan teks hasil dalam tampilan yang lebih luas dan pengguna harus memilih dari ratusan atau bahkan beberapa tujuan, seringkali dengan sedikit atau tanpa petunjuk kontekstual.

2) Demasifikasi

Williams dkk mendefinisikan demasifikasi sebagai kontrol individu atas media, "yang menyamakan media baru dengan komunikasi antarpribadi tatap muka" ¹⁶. Demassification adalah kemampuan penggunaan media untuk memilih dari sebuah widemenu. Chamberlain (1994) ¹⁷ berpendapat bahwa kita telah memasuki era demasifikasi di mana pengguna media individu dapat, melalui teknologi yang lebih baru, memilih dari

¹⁵Dutton, W. H., Rogers, E. M., & Jun, S "Diffusion and Sosial Impact of Personal Computers" . Communication Research. 1987. Hal 243.

¹⁶ Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M "Research methods and the new media". New York : Free Press. 1988. Hal 12

¹⁷ Chamberlain, M. A."New technologies in health communication".American Behavioral Scienist.1994. 38,271–284.

banyak pemilihan media, yang sebelumnya hanya dibagikan dengan individu lain sebagai media massa. Tidak seperti media massa tradisional, media baru seperti Internet memberikan karakteristik selektivitas yang memungkinkan individu menyesuaikan pesan dengan kebutuhan mereka. Kuehn (1994) mengutip The New York Times sebagai contoh. Mereka yang ingin menerima penyimpangan The New York Times harus membayar seluruh makalah, sedangkan yang menerima versi elektronik hanya dapat memilih artikel yang menarik bagi mereka. Pesan massal akan dapat dipandang sebagai kelas dua oleh penerima dan "Individu, satu-satu-satu dialog akan menjadi mode komunikasi yang disukai"¹⁸

3) Asynchroneity

Asynchroneity mengacu pada konsep bahwa pesan mungkin terhuyung-huyung dalam waktu. Pengirim dan penerima pesan elektronik dapat membaca surat pada waktu yang berbeda dan tetap berinteraksi sesuai keinginan mereka. Ini juga berarti kemampuan individu untuk mengirim, menerima, menyimpan, atau mengambil pesan sesuai keinginannya. Dalam kasus televisi, asinkronitas berarti kemampuan pengguna VCR untuk merekam program untuk dilihat nanti. Dengan surat elektronik (e-mail) dan Internet, individu memiliki potensi untuk menyimpan, menggandakan, atau mencetak grafik dan teks, atau mentransfernya ke halaman Web online atau e-mail orang lain. pesan digital, manipulasi media menjadi tidak terbatas, memungkinkan individu lebih banyak kontrol daripada cara tradisional. Bagi peneliti U&G, masing-masing aspek media yang dipercepat

¹⁸Ibid., hal 247

ini interaktivitas, demassifikasi, dan asynchronicity menawarkan kontinum yang luas dari perilaku komunikasi yang harus diperiksa.

Teknologi informasi dan komunikasi mencakup dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi, mencakup segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi dan pengolahan informasi. Sedangkan, teknologi komunikasi mencakup segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya.

Sehingga, teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah satu kesatuan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengolahan dan transfer/pemindahan informasi antar media.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa teknologi informasi merupakan kebutuhan manusia di dalam mengambil dan memindahkan, mengolah dan memproses sebuah informasi dalam konteks sosial yang menguntungkan diri sendiri dan masyarakat keseluruhan.

Istilah TIK ada setelah adanya perpaduan antara teknologi computer dengan teknologi komunikasi pada pertengahan abad ke-20. Perpaduan teknologi tersebut berkembang sangat pesat melampaui bidang teknologi lainnya. Sampai awal abad ke-21, TIK masih terus mengalami berbagai perubahan dan belum terlihat titik jenuhnya.

Perkembangan teknologi yang dibarengi dengan kemunculan internet di Indonesia membuat masyarakat semakin menikmati indahnya komunikasi jarak jauh. Mereka menikmati adanya fasilitas internet dimana apapun yang mereka ingin lihat mampu mereka

dapatkan. Namun sangat disayangkan mereka seakan mengabaikan dampak negative yang ada akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut.

Adapun dampak positif dan negative dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi antara lain :

1. Manfaat TIK antara lain

- a. Informasi yang dibutuhkan akan semakin cepat dan mudah di akses untuk kepentingan pendidikan.
- b. Konsultasi dengan pakar, konsultasi dengan para ahli dibidangnya dapat dilakukan dengan mudah walaupun ahli tersebut berada ditempat yang sangat jauh.
- c. Adanya perpustakaan online.
- d. Terciptanya sarana diskusi online
- e. Berkembangnya inovasi belajar dengan cara e-learning.
- f. Mempermudah system administrasi pada sebuah lembaga.

2. Dampak negative TIK

- a. Menyebabkan masyarakat ketergantungan akan teknologi, salah satunya adalah smartphone.
- b. Meluasnya pornografi karena adanya internet
- c. Kebiasaan masyarakat yang menjadi antisosial karena terlalu asyik dengan kehidupan dunia maya

D. Sosial Media dan WhatsApp

WhatsApp merupakan salah satu aplikasi obrolan secara daring. Perkembangan aplikasi pesan dapat dilihat pada skema di bawah ini.

App	Global Users	Chat	Video	Calling	Voice Message	Stickers	Media Sharing	Gaming
WhatsApp	450M*	•	•	•	•			
WeChat	355M*	•	•	•	•	•	•	•
LINE	400M	•	•	•	•	•	•	•
Viber	280M	•	•	•	•	•	•	
Tango	200M	•	•	•	•	•	•	•
KakaoTalk	130M	•	•	•	•	•	•	•
Kik	120M	•	•		•	•	•	•
GroupMe	12M	•	•			•	•	
FB Messenger	n/a	•		•		•		

19

Seperti gambar diatas dapat diketahui bahwa aplikasi WhatsApp memiliki pengguna sebanyak 450 juta pengguna di seluruh dunia dengan fitur mengirim pesan, melakukan video call, mampu untuk melakukan panggilan suara, dapat mengirim pesan suara dan untuk saat ini WhatsApp juga mampu untuk bertukar stiker dan media sharing.

Yang kedua adalah aplikasi wechat. Aplikasi ini memiliki 355 juta pengguna di dunia dengan fitur yang lengkap. Lalu peringkat ketiga di duduki oleh aplikasi Line dengan sebanyak 400 pengguna di seluruh dunia dengan fitur yang lengkap juga. Dan dibawahnya diikuti oleh aplikasi lainnya yang memiliki fitur hampir lengkap pula.

Saat ini penggunaan media sosial paling banyak digunakan oleh remaja dan juga para orang dewasa. Sangat tidak mengejutkan jika mereka menjadi pemimpin dalam perkembangan aplikasi chatting. Saat ini ada sekitar 31% pengguna mobile yang menggunakan aplikasi chatting instan di tahun 2013. Mereka menghabiskan sekitar 7,6 jam

¹⁹IPG MEDIA LAB *Messaging Apps : The New Face of Sosial Media and What It Means For Brand*. 2014. www.ipglab.com

rata-rata perbulan dan 29 % orang dewasa hampir menggunakan aplikasi pengirim pesan setiap hari.²⁰

Sosial media atau media sosial bukanlah hal yang asing bagi sebagian besar pengguna computer dan internet saat ini. Media sosial merupakan fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas atau organisasi. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti instagram, twitter, WhatsApp dan media sosial lainnya.

WhatsApp memiliki fitur obrolan kelompok dan mengembangkan fitur tersebut hingga memungkinkan memiliki anggota sebanyak 256 anggota yang mampu berbagi obrolan hingga file .

- Berbicara dengan Gratis

Dengan panggilan suara, Anda dapat berbicara dengan teman dan keluarga secara gratis, bahkan jika mereka berada di negara lain. Dan dengan panggilan video gratis, Anda dapat melakukan percakapan tatap muka saat suara atau teks saja tidak cukup. Panggilan suara dan video WhatsApp menggunakan koneksi Internet telepon, bukan dengan menit panggilan paket seluler Anda, jadi Anda tidak perlu khawatir akan biaya panggilan yang mahal.

- Enkripsi End-to-End

²⁰Ibid.

Sebagian momen pribadi Anda dibagikan di WhatsApp, oleh karena itu kami membangun enkripsi end-to-end ke versi terbaru aplikasi kami. Ketika terenkripsi end-to-end, pesan dan panggilan Anda diamankan, jadi hanya Anda dan orang yang berkomunikasi dengan Anda saja yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan tersebut, dan tidak ada orang di antaranya, bahkan WhatsApp.

- **Membagikan Momen yang Penting**

Mengirim foto dan video di WhatsApp dengan segera. Anda bahkan dapat menangkap momen yang penting bagi Anda dengan kamera bawaan. Dengan WhatsApp, foto dan video akan dikirim dengan cepat meskipun Anda sedang berada dalam koneksi yang lambat.

- **Pesan Suara**

Katakan yang Ada di Pikiran Anda Kadang kala, suara Anda dapat mengatakan segalanya. Hanya dengan satu ketukan, Anda dapat merekam Pesan Suara, sempurna untuk hanya menyapa atau pun bercerita panjang.

- **Membagikan Dokumen dengan Mudah**

Mengirim PDF, dokumen, spreadsheet, slideshow, dan masih banyak lagi, tanpa repot menggunakan email atau aplikasi berbagi file. Anda dapat mengirim dokumen dengan ukuran hingga 100 MB yang akan memudahkan Anda untuk membagikan hal yang Anda perlu bagikan ke orang yang Anda inginkan.

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, dapat menjadi media untuk membentuk komunitas online. Sosial media dapat menjadi bagian dari keseluruhan e-marketing strategy yang digabungkan melalui sosial media lainnya. Serta sebagai jalan menemukan atau menciptakan para brand evangelist. Sosial media memberikan peluang masuk komunitas yang telah ada sebelumnya dan memberikan feedback secara langsung. Sosial media sendiri juga memiliki kelebihan untuk bookmarking, content dan sharing dan creating opinion. Untuk jenis sosial media seperti WhatsApp dapat menciptakan serta menggerakkan sebuah komunitas.

Membicarakan soal WhatsApp, saat ini media sosial WhatsApp lebih sering digunakan untuk melakukan sebuah komunikasi karena fitur yang menarik dan mudah untuk digunakan. Beberapa manfaat dari WhatsApp adalah mudah dalam berinteraksi dengan teman bahkan keluarga jauh; sarana untuk berdiskusi; sebagai alat promosi barang atau jasa; jaringan pertemanan meluas.

Pemakaian atau penggunaan media merupakan cara khalayak untuk menggunakan suatu media, indikatornya adalah :

1. Frekwensi, tingkat keseringan seseorang dalam menggunakan media massa atau gawai
2. Intensitas, tingkat kedalaman pemakaian terhadap isi yang ada dalam media atau gawai tersebut

3. Durasi, banyaknya waktu yang digunakan untuk menikmati hiburan yang ada di gawai tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, terlepas dari media yang dipilih, setiap orang menggunakan media dengan membedakan antara sedikitnya empat aspek penggunaannya, yaitu :

1. Jumlah pengguna
2. Jenis atau genre konten media yang disukai
3. Tipe hubungan yang muncul sesuai dengan isi yang digunakan
4. Jenis konteks menggunakan media

Di dubai, Sakhat dan Kootboedien memutuskan untuk melakukan riset mengenai keefektifan penggunaan WhatsApp sebagai media komunikasi interpersonal pada mahasiswa di Abu Dhabi University.²¹ Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya dampak positif dari WhatsApp sebagai media yang efektif untuk komunikasi interpersonal. Selain itu juga, Sevuk juga melakukan penelitian mengenai pengaruh facebook dalam komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa Eastern Mediterranean University.²² Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa tidak suka untuk berkomunikasi secara face to face. Namun bagaimanapun komunikasi secara face to face masih belum dapat dihilangkan.

Lalu sebaliknya, Gjybegaj dan Jararaa meneliti dampak media sosial pada komunikasi interpersonal pemuda di Uni Emirat Arab dan hasil yang ditemukan adalah mereka menunjukkan

²¹ Shahkat Ali, M. S., & Kootbodien, A. (2017). "The effectiveness of WhatsApp as an interpersonal communication medium among Abu Dhabi university students" International Journal of Media, Journalism, and Mass Communications. 2017. Edisi 3. Hal 11

²² Sevük, T. (2013). "The influence of Facebook on interpersonal communication" (Unpublished Master's Thesis) Eastern Mediterranean University. 2013. Hal 107.

bahwa media sosial membawa dampak negative dan tidak membantu meningkatkan komunikasi interpersonal meneliti dampak media sosial pada komunikasi interpersonal pemuda di Uni Emirat Arab dan hasil yang ditemukan adalah mereka menunjukkan bahwa media sosial membawa dampak negative dan tidak membantu meningkatkan komunikasi interpersonal.²³ Ini konsisten dengan temuan Chris yang juga menemukan bahwa keterlibatan jejaring sosial memiliki pengaruh negative pada komunikasi interpersonal dalam keluarga yang berdampak sangat buruk dalam hubungan keluarga.²⁴

Dalam konteks Malaysia, Bakar, Rashid, dan Aziz meneliti messenger instan mobile (MIM) tentang hubungan komunikasi interpersonal di kalangan pemuda di wilayah Lembang Klang.²⁵ Hasilnya menunjukkan bahwa MIM dan komunikasi interpersonal dan hubungan berkorelasi sangat positif. Sedangkan untuk, Ndunge meneliti bagaimana peran media sosial dalam komunikasi antarpribadi siswa sekolah menengah di Negara Machakos.²⁶ Hasilnya menunjukkan bahwa ekstensif SNS di komunikasi dan hiburan telah banyak menghasilkan dampak negative pada komunikasi tatap muka para pemuda. Namun, hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan media mempengaruhi seseorang untuk menggunakan media sosial secara signifikan. Penelitian ini lebih lanjut mendukung gagasan bahwa individu hanya akan memilih atau menggunakan media serta teknologi jika mudah digunakan, muda

²³ Gjylbegaj, V., & Jararaa, O. *"The effects of sosial media on youth's interpersonal communication in UAE"*. International E-Journal of Advances in Sosial Sciences. 2018. Hal 6.

²⁴ Chris, L. A. *"Sosial media networking and its influence on interpersonal face to face oral communication at family level: A qualitative study of selected families in Eldoret Town; Kenya"* International Journal of Sosial Science and Humanities. 2016. hal 219.

²⁵ Bakar, D. A., Rashid, A. A., & Aziz, N. A *"Impacts of instant messaging on communications and relationships among youths in Malaysia"*. International Conference on Economics, Education dan Humanities. Desember 2019. Hal 5.

²⁶ Ndunge, K. J. *"Role of sosial media in interpersonal communication among secondary school students in Machakos City"*. (Unpublished Master's Project). University of Nairobi. 2017.

diakses, dan memberikan pengalaman yang hebat. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi.

Berdasarkan penelitian oleh Elkaseh siswa cenderung menggunakan e-learning jika hanya mudah digunakan, tetapi tidak berguna, oleh karena itu, kedua elemen tersebut sangat penting untuk e- learning.²⁷

Selanjutnya, Wan Othman, Mohd Apandi dan Ngah berniat untuk memeriksa penggunaan media sosial dan konsep diri di kalangan mahasiswa Universitas Tati. Hasilnya adalah media sosial sangat populer di antara komunikasi antara teman dan keluarga. Selain itu, Facebook dan WhatsApp dinilai sebagai yang paling banyak digunakan.²⁸

Di era saat ini, jejaring sosial dan aplikasi pesan instan (IM) memainkan peran penting dalam sebagian besar kehidupan masyarakat perkotaan. Generasi sebelum mengelola dan mempertahankan hubungan mereka melalui interaksi tatap muka, bagaimanapun, dengan perkembangan teknologi di mana komunikasi online telah melengkapi dan menciptakan jenis baru hubungan interpersonal melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Saat ini, komunikasi antarpribadi telah berubah karena kemajuan media sosial dan aplikasi IM selama bertahun-tahun. Hal ini mendukung gagasan Gapsiso dan Wilson bahwa internet telah menjadi media komunikasi yang kuat di sebagian besar kehidupan masyarakat.²⁹

²⁷Elkaseh, A., Kok, W., & Chun, C. "Perceived ease of use and perceived usefulness of sosial media for e-Learning in Libyan higher education: A structural equation modelling analysis" International Journal and Education Technology. 2016. Hal 195.

²⁸Wan Othman, W. R., Mohd Apandi, Z. F., Ngah, N. H "The uses of sosial media on student's communication and self concepts among TATIUC students" Indian Journal of Science and Technology. 2016. Edisi 9. Mei 2016. Hal 7.

²⁹Gapsiso, N., & Wilson, J. (2015). "The impact of the Internet on teenagers' face-to-face communication" Journal of Studies in Sosial Sciences. Edisi 13. 2015. Hal 206.

Penggunaan Internet untuk komunikasi online sangat lazim di kalangan mahasiswa saat ini. Studi sebelumnya menjelaskan bahwa setidaknya ada 80% siswa di perguruan tinggi yang aktif di media sosial.³⁰ Mahasiswa saat ini juga memiliki setidaknya dua akun IM di mana mereka dapat tetap berhubungan dengan teman sebaya, anggota keluarga, dan bahkan dosen mereka. Perkembangan teknologi komunikasi online yang terlalu pesat telah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkomunikasi secara online dengan nyaman.

Komunikasi secara online memungkinkan tumbuhnya hubungan antara teman sebaya, keluarga dan dosen. Melalui komunikasi online, individu dapat terhindar dari kegugupan dan rasa malu menghadapi seseorang dalam kehidupan nyata. Mereka dapat memecahkan masalah, membicarakan masalah, menghadapi seseorang yang mungkin telah salah paham tanpa harus berkomunikasi dengan mereka dalam kehidupan nyata. Demikian pula, sebelum bertemu orang-orang di kehidupan nyata, orang-orang dapat menggunakan aplikasi IM di mana mereka dapat mulai membuat beberapa pembicaraan agar tidak terasa asing. Hal ini sejalan dengan temuan Waigumobahwa percakapan online yang konstan dapat memperkuat hubungan interpersonal yang ada.³¹

Pnelitian oleh Al-Rahmi, Othman, & Musa (2014) menunjukkan bahwa interaksi yang terus menerus antara mahasiswa dan dosen pada platform online dapat meningkatkan keterampilan belajar mahasiswa dimana mahasiswa yang malu bertanya di kelas dapat memanfaatkan sistem

³⁰Chan, Yong, & Harmizi. *"Usage of Whastapp and Interpersonal Communication Skills among Private University Students"*. Journal of Arts & Sosial Sciences. Edisi 3. 2020. Hal 17.

³¹Waigumo, M. *"Impact of sosial networking sites on interpersonal relationships among teenagers : A case study of Murang'A East District"* Unpunlished Master Thesis. 2011. Hal 1.

ini untuk mengajukan pertanyaan secara pribadi.³² Di Vietnam, Giang menemukan hubungan positif yang signifikan antara penggunaan SNS dengan kebiasaan belajar dan hubungan interpersonal dengan keluarga, teman sebaya, dan dosennya.³³

Meskipun semua temuan positif telah disoroti dalam literatur, namun ada juga penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa ada efek negatif dari media sosial terhadap keterampilan komunikasi interpersonal siswa. Hill, misalnya, memverifikasi dalam studinya bahwa ketergantungan penggunaan jejaring sosial akan menurunkan siswa untuk melakukan komunikasi tatap muka dan selanjutnya akan mempengaruhi kualitas hubungan mereka. Penggunaan media sosial atau aplikasi IM tidak benar-benar meningkatkan hubungan offline mahasiswa dengan teman sebaya, keluarga, dan dosen karena kebanyakan orang saat ini, tetap menggunakan ponsel cerdasnya alih-alih berinteraksi dengan orang lain.³⁴ Hasil Christensen juga menemukan temuan serupa dimana individu yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial lebih cenderung mengalami dampak negatif dan menyebabkan kualitas hubungan menurun.³⁵

Sebagian besar studi sebelumnya menunjukkan bahwa banyak siswa saat ini cenderung menghindari komunikasi dengan orang secara langsung, tetapi memilih untuk berkomunikasi melalui dunia maya. Misalnya, penggunaan media sosial juga mempengaruhi hubungan anak dan orang tua. Saat ini, banyak anak cenderung mengabaikan orang tua mereka berbicara dengan

³²Al-Rahmi, W., Othman, M., & Musa, M. (2014). *"The improvement of students' academic performance by using sosial media through collaborative learning in Malaysian higher education"*. Asian Sosial Science. Edisi 10. 2014. Hal 217.

³³Giang, B. K. *"Relationships between use of sosial networking sites and study habits and interpersonal relationships among Vietnamese university students"* North American Journal of Psychology. 2019.

³⁴Hill Temika. *"Put Your Best Face Forward : Effects of Media Technologies on Interpersonal Communication of Teenagers"*. Bowie State University. Desember 2015. Hal 13.

³⁵ Christensen, S. P. *"Sosial media use and its impact on relationships and emotions"*. Brigham Young University. Juni 2018. Hal 21.

mereka sampai mereka selesai menggunakan media sosial mereka atau selesai berbicara dengan teman mereka secara online. Orang tua sering kali terganggu oleh notifikasi telepon anak-anak mereka dan perhatian mereka akan dialihkan ke telepon alih-alih mendengarkan orang tua mereka. Oleh karena itu, anggota keluarga yang menggunakan waktu luangnya untuk mengatur dan meningkatkan ikatan satu sama lain seringkali terganggu oleh dunia internet. Banyak rumah tangga telah membuat grup obrolan keluarga pada aplikasi pesan instan dan mereka menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk berkomunikasi melalui obrolan grup alih-alih bertemu dan membuat percakapan tatap muka, yang akan memengaruhi hubungan antar anggota keluarga.

Adegbillero-Iwari, menyatakan bahwa media sosial berbeda dengan media massa dalam bentuk lama, termasuk, kualitas, kecanggihan, jangkauan, kecepatan, efisiensi, frekuensi, akurasi, kegunaan, keandalan, murah, kesegeraan, portabilitas, dan permanen karena memungkinkan interaksi di antara penggunanya tempat mereka membuat, berbagi, bertukar informasi, dan ide dalam komunitas virtual dan jaringan.³⁶ Hal tersebut mendorong Adaja dan Ayodele untuk melabeli media sosial sebagai penggerak perubahan sosial, organisasi dan pembangunan nasional.³⁷ Para penulis ini mengemukakan hal itu dari kemajuan besar abad 21 adalah penemuan dan kemunculan media sosial yang telah memfasilitasi pembuatan berbagai platform untuk interaksi sosial. Selain itu, Olaniran menandai media sosial sebagai media sosialisasi revolusioner untuk membongkar yang sudah ada sebelumnya hambatan buatan manusia

³⁶Adegbillero-Iwari (2014), The impact of WhatsApp mobile sosial learning on the achievement and attitudes of female students compared with face to face learning in the classroom. *European Scientific Journal*, 10(22), 116 – 136.

³⁷ Adaja, T. A. & Ayodele, F. A. *“Nigerian youths and sosial media: Harnessing the potentials for academic excellence”*. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review. Edisi 2. Januari 2013. Hal 70.

untuk penyebaran dan berbagi informasi.³⁸ Menurut Ekeanyanwu dan Kalyango, media sosial adalah keajaiban kesembilan dunia.³⁹ Osahenye menyimpulkan kualitas media sosial sebagai kekuatan yang tak terbendung menular dan memiliki dampak penjangkauan⁴⁰. Aina menyebut generasi media sosial ini sebagai informasi usia.⁴¹ Sebelumnya, Tapscott mendalilkan bahwa anak-anak era informasi akan menjadi monster mikro dan hiu web yang proses kognitifnya sebagai koordinasi tangan-mata dan fungsional.⁴²

Bhatt, Anshu mengungkapkan bahwa WhatsApp merupakan salah satu media komunikasi yang lebih mudah dan cepat dengan demikian dengan meningkatkan aliran informasi yang efektif, berbagi ide dan menghubungkan orang dengan lebih mudah.⁴³ Memeriksa Secara empiris, ditemukan bahwa WhatsApp juga memiliki dampak negatif yang mendalam pada kaum muda dan berdampak buruk pendidikan, perilaku dan kehidupan rutin mereka. Itu mengacaukan banyak waktu belajar siswa dan merusak mereka keterampilan mengeja dan konstruksi kalimat gramatikal. Aplikasi ini terbukti sangat membuat ketagihan, yang meninggalkan jejak yang menjadi sulit dikendalikan. Dampaknya begitu kuat sehingga pengguna menyerah pada kenyataan mereka minat dunia, seluruh kecerdasan emosional mereka terbatas pada aplikasi. Kebahagiaan atau kesedihan mereka tergantung pada balasan yang mereka terima dari pengguna lain. Mereka tidak dapat mengendalikan diri dari terus-menerus mengobrol, membalas dan berbagi ide.

³⁸ Olaniran, S. "Sosial media and changing communication patterns among students: An analysis of twitter use by university of Jos students". Plateau State University. Januari 2013. Hal 41.

³⁹ Ekeanyanwu, N. T. & Kalyango, Y. (2013). "Rethinking international news flow and communication in the era of sosial media influence". The Nigerian Journal of Communication. 2013. Hal 150.

⁴⁰ Osahenye, K. "The sosial media challenge" The Guardian. Februari 2011. Hal 5.

⁴¹ Aini, K. (2013). Pengaruh Pembelajaran Resiprokal Dan Pembelajaran Kontekstual Dalam Materi Sistem Ekskresi Terhadap Keterampilan Menulis.

⁴² Akintola, Bello & Daramola. "Usage of WhatsApp as a Sosial Media Platform among Undergraduate in Kwara State". University of Ilorin. Edisi 1. 2016. Hal 2.

⁴³ Bhatt, A., & Arshad, M. (2016). "Impact of WhatsApp on youth: A Sociological Study". Institute of Research Advances. Edisi 4. 2016. Hal 377.

Bajpai, Munesh Kumar menjelaskan bahwa WhatsApp messenger adalah salah satu media sosial yang populer alat jejaring antar pelajar, profesional, dan rumah tangga.⁴⁴ Makalah ini menganalisis sejauh mana Profesional LIS menggunakan messenger WhatsApp, dan aktivitas yang melibatkan mereka. Upaya adalah dibuat untuk memahami dampak dari messenger WhatsApp pada profesional LIS. Yeboah & Ewur mengungkapkan bahwa WhatsApp menghabiskan banyak waktu belajar siswa, hasilnya masalah terkait penundaan, menghancurkan ejaan siswa dan konstruksi kalimat gramatikal, menyebabkan kurangnya konsentrasi selama perkuliahan, mengakibatkan kesulitan dalam menyeimbangkan aktivitas online (WhatsApp) dan persiapan akademik serta mengalihkan perhatian siswa dari menyelesaikan tugas mereka dan menaati tugas mereka tabel waktu pelajaran privat.⁴⁵

WhatsApp sebagai alat komunikasi saja memiliki peran di dalam pendidikan, yaitu sebagai media komunikasi dengan pendidik, baik orang tua-guru maupun siswa-guru. Top Tools for Learning menempatkan wa di ranking 11 sebagai media belajar⁴⁶.

WhatsApp adalah aplikasi messenger gratis yang bekerja di banyak platform dan banyak digunakan di kalangan mahasiswa sarjana untuk mengirim pesan multimedia seperti foto, video, audio bersama dengan pesan teks sederhana. Ketersediaan fasilitator dan pembelajaran yang konstan kapanpun dan dimanapun telah menjadikan WhatsApp alat yang baru dan nyaman untuk kegiatan belajar mengajar. Meskipun tidak ada perbedaan yang signifikan antara memperoleh pengetahuan dari WhatsApp atau kuliah didaktik, keuntungan (teknis, pendidikan atau

⁴⁴Bajpai, Maneesh Kumar. (2016). *"Impact of WhatsApp on LIS Professional"*. Desidoc Journal of Library & Information Technology. Edisi 36. November 2016. Hal 425.

⁴⁵Yeboah & Ewur. *"The Impact of WhatsApp Messenger Usage on Students Performance in Tertiary Institutions in Ghana"*. Jurnal of education Practice. 2014. Edisi 5. Hal 1.

⁴⁶<https://www.toptools4learning.com/WhatsApp/>

instruksional) menguraikan kerugiannya. Beberapa kelemahan, seperti banjir pesan dan kelelahan mata dapat dikesampingkan dengan membuat grup kecil dan menggunakan ponsel dengan layar yang lebih besar. Mengaktifkan Wi-Fi di kampus dapat membuat penggunaannya hemat biaya.⁴⁷

⁴⁷Gon Sonia & Raweka Alka. "*Effectivity of E-Learning Through WhatsApp as a Teaching Learning Tool*". MVP Journal of Medical Sciences. Edisi 4. Juni 2017. Hal 21.